

Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Lokal Sektor Kerajinan Monte Dengan Model *Triple Helix* Di Blimbingsari Banyuwangi

Siti Masrohatin¹, Hikmatul Hasanah², Vira Rahmadiyah³

^{1,2,3}UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Indonesia

Email: sitimasrohatin12@gmail.com, hikmahsyariah80@gmail.com,

virarahmadiyahanti148@gmail.com

Abstract

Blimbingsari is one of the villages in Blimbingsari District, Banyuwangi Regency, which has a unique monte craft creative industry which is turned into various tools and accessories of artistic value and of high value which are of interest to tourism. However, this huge opportunity still has constraint in development, so it needs strong support. This paper describes the Community Service Program carried out by the author with the object of industrial players consisting of collectors and craftsmen, which aims to encourage the development of locally-based creative industries in the onstrainMonte craft sector with the triple helix model, namely by holding workshops with spiritual material entrepreneur, Creative Industry Development material, Marketing Strategy material, digital marketing material, and the Triple Helix model material. With lecture methods, discussion and practice. The results of this community service program have a positive impact on Monte craft creative industry players, namely understanding spiritual entrepreneurship, marketing strategies, digital marketing and understanding the importance of maintaining the existence of the industry with the synergy of various parties, in this case the triple helix model.

Keywords: *Creative Industries, Monte Crafts, Triple Helix*

Abstrak

Blimbingsari adalah salah satu Desa yang berada di Kecamatan Blimbingsari Kabupaten Banyuwangi, memiliki keunikan industri kreatif kerajinan monte yang di ronce menjadi berbagai alat dan aksesoris bernilai seni dan bernilai harga tinggi yang diminati pariwisata. Namun peluang yang sangat besar tersebut masih memiliki kendala dalam pengembangan, sehingga perlu adanya dukungan yang kuat. Tulisan ini menguraikan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh penulis dengan obyek para pelaku industri yang terdiri dari pengepul dan para pengrajin, yang bertujuan mendorong pengembangan industri kreatif berbasis lokal sektor kerajinan monte dengan model triple helix, yaitu dengan mengadakan workshop dengan materi spiritual entrepreneur, materi Pengembangan Industri Kreatif, materi Strategi Marketing, materi digital marketing, dan materi model *Triple Helix*. Dengan metode ceramah, diskusi dan praktek. Hasil dari program pengabdian kepada masyarakat ini memberikan dampak positif kepada pelaku industri kreatif kerajinan monte, yaitu pemahaman terhadap spiritual entrepreneur, strategi pemasaran, digital marketing dan memahami pentingnya menjaga eksistensi industri dengan sinergisitas berbagai pihak, dalam hal ini adalah *model triple helix*.

Kata Kunci: *Industri Kreatif, Kerajinan Monte, Triple Helix*

Pendahuluan

Industri kreatif merupakan hasil kreativitas dengan ketrampilan serta hasil dari menggali bakat dari masing-masing individu demi terciptanya ketenteraman juga terciptanya lowongan sehingga dapat memberikan hasil (Sadilah, t.th), Inovasi yang dilakukan dari segi produk berupa kerajinan monte. Kemampuan ide dan kreativitas yang dimiliki manusia harus mampu di wujudkan. Pengetahuan, ketrampilan dan pengalaman sumberdaya manusianya sangat berpengaruh terhadap kreativitas yang di ciptakan, karena *intellectual capital* semakin baik, maka semakin tinggi dan berkualitas inovasi yang diciptakan sehingga dapat meningkatkan kemampuan dalam bersaing (Mellita & Erlansah, t.th).

Industri kreatif tersebut merupakan unsur yang tidak dapat dipisahkan dengan istilah yang populer juga dengan ekonomi kreatif. Kerajinan yang produktif yaitu perwujudan praktis, pelaksanaan dan konsep perekonomian yang inovatif. Jadi dapat disebut ekonomi yang memiliki kreatifitas adalah konsepnya, sedangkan industri kreatif merupakan kumpulan aktivitas dari konsep yang terdapat dalam ekonomi kreatif (Setyani, 2018).

Masyarakat Blimbingsari dalam keseharian mencurahkan inovasi dan kreasinya dalam sebuah industri kreatif, yaitu industri kerajinan monte. Para ibu-ibu mengerjakan keterampilannya tersebut di rumahnya masing-masing, setelah terkumpul disetorkan ke pengepul kerajinan monte di desa tersebut, akan tetapi dari pengepul desa setempat bukanlah untuk di pasarkan melainkan di kirim ke pengepul yang lebih besar lagi yang berada di Desa Blimbingsari, karya monte tersebut tersebar kedaerah-daerah di luar Banyuwangi bahkan mancanegara, konsumennya banyak para wisatawan. Tentu saja harga di pengepul yang besar tersebut harga sudah semakin melangit dan menjadikan omset yang besar bagi pengepul besar tersebut. Kerajinan monte merupakan kerajinan manik-manik yang di ronce untuk di buat seperti kalung, gelas, tas, dompet dan lain-lain. Di Blimbingsari banyak perempuan di sela kesibukan mengurus rumah tangga mengerjakan ronce monte sesuai dengan pesanan.

Blimbingsari sudah terkenal dengan kerajinan monte dan animo masyarakat bagi daerah-daerah lain di luar Blimbingsari untuk berkunjung, akan tetapi para pengrajin tersebut masih menggunakan cara konvensional dalam pemasarannya, yaitu di jual ke pemesan yang datang, atau mengikuti pameran-pameran. Di era digital sekarang ini, seharusnya pelaku industri kreatif sudah bisa memanfaatkan media sosial untuk lebih mengembangkan pemasarannya tersebut, namun mereka masih menggunakan cara pemasaran konvensional, padahal mereka sangat kreatif dalam membuat berbagai macam manik-manik.

Problem yang ada di masyarakat Blimbingsari, dalam pengembangan industri kreatif berbasis lokal tentunya sangat butuh adanya sentuhan peran dari pihak-pihak terkait seperti: pemerintah atau pejabat terkait yang dimaksud adalah dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Disperindag (Dinas Perindustrian dan Perdagangan) sebagai penyokong dalam publikasi terhadap kemajuan dan keunikan daerah, begitu juga akademisi yang dapat terjun langsung kepada pelaku industri untuk melakukan pengabdian misalkan berupa literasi terhadap pengembangan usaha, pelatihan digitalisasi maupun penelitian untuk mencari titik temu terhadap kendala-kendala maupun keunggulannya. Dari uraian di atas, sangat menarik jika kegiatan pengabdian ini menggunakan model *triple helix* yang mengsinkronkan antara pemerintah atau pejabat terkait Blimbingsari Banyuwangi, pelaku industri monte Blimbingsari Banyuwangi dan akademisi yang fokus terhadap perkembangan industri kreatif. Dari hal tersebut pengabdian

tertarik menggunakan judul untuk pengabdian ini adalah: Pengembangan Industri kreatif Berbasis Lokal sektor Kerajinan Monte dengan Model *Triple Helix* di Blimbingsari Banyuwangi.

Metode Pengabdian

Kegiatan ini di laksanakan dengan sasaran pelaku industri kreatif kerajinan monte di Desa Blimbingsari, Kecamatan Blimbingsari, Jember. Pelaku industri kreatif tersebut antara lain pengepul induk BCC (Blimbingsari Creatif Craft), pengepul kecil atau pembantu, dan para pengrajin monte.

Tabel 1.

Tahapan Pelaksanaan pengembangan industri kreatif

No	Kegiatan	Metode	Output	Pelaksana
1	Pemaparan materi <i>spiritual entrepreneur</i>	Ceramah dan Diskusi	Meningkatkan spiritualitas pelaku industri kreatif sehingga dapat memahami hakikat kerja dengan ibadah	Tim PKM
2	Pemaparan materi Pengembangan Industri Kreatif	Ceramah dan Diskusi	Meningkatkan pemahaman pelaku Industri kreatif yang mengikuti perkembangan TIK	Tim PKM
3	Penjelasan materi tentang Strategi Marketing	Ceramah dan Diskusi	Meningkatkan pengetahuan pelaku industry kreatif tentang strategi marketing untuk meningkatkan penjualan menggunakan marketing mix	Tim PKM
4	Penjelasan tentang materi <i>digital marketing</i>	Ceramah dan Diskusi	Meningkatnya pemahaman pelaku industry kreatif tentang pentingnya digitalisasi dalam pemasaran suatu produk, termasuk untuk meningkatkan minat beli konsumen dan volume penjualan	Tim PKM
5	Penjelasan materi tentang model <i>Triple Helix</i>	Ceramah dan Diskusi	Memberikan pemahaman kepada pelaku industry kreatif pentingnya sinergitas antara akademisi, para pelaku bisnis dan pihak pemerintah	Tim PKM
6	Pembuatan laporan akhir pengabdian	Kompilasi seluruh bab, pengolahan	Laporan Akhir	Tim PKM

		data dan penggandaan laporan		
7	Pembuatan artikel untuk publikasi nasional	Dokumentasi berbagai referensi dan pengolahan data	Artikel Ilmiah	Tim PKM

Sumber : Data diolah dari Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2022

Struktur pelaksanaan kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini tersusun dari tim pelaksana yang terdiri dari 3 (tiga) pengabdian dalam melakukan pendampingan pengembangan industri kreatif berbasis lokal sektor kerajinan monte dengan model *triple helix*, dengan tahapan kegiatan yang dilaksanakan, sebagai berikut:

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah dengan ceramah dengan teknik diskusi interaktif dengan melibatkan seluruh peserta. Metode workshop ceramah digunakan ketika menyampaikan materi tentang pengembangan industri kreatif, dan penerapannya, sehingga bermanfaat untuk pengembangan inovasi produk dan penjualan produk itu sendiri. Sebagai pendalaman materi, semua peserta di beri kesempatan untuk berdiskusi dan tanya jawab, serta mempraktekkan yang terkait dengan *digital marketing*. Nasum juga memberikan contoh-contoh kesuksesan pelaku industri yang menerapkan pengembangan industri dengan tidak meninggalkan nilai-nilai spiritualitas, pemasaran dengan *digital marketing* dan juga penerapan *triple helix*.

Tahapan yang telah dilaksanakan dalam program kegiatan pengabdian ini antara lain:

1. Tim pelaksana mengajukan ijin pengabdian kepada universitas, melalui LP2M
2. Tim pelaksana mengadakan penjadwalan kunjungan dengan pelaku Industri Kerajinan Monte untuk menyesuaikan waktu
3. Tim pelaksana datang pada beberapa Industri Kerajinan Monte di Kecamatan Blimbingsari Banyuwangi
4. Pelaku Industri Kerajinan Monte diberikan informasi mengenai produk Kerajinan yang sudah menggunakan Marketing digitalisasi
5. Pelaku Industri Kerajinan Monte diberikan informasi mengenai bagaimana meningkatkan penjualan dengan strategi marketing dan digitalisasi
6. Pelaku Industri Kerajinan Monte diberikan pemahaman tentang model triple helix yaitu sinergisitas antara pemerintah, pelaku industri kreatif kerajinan monte, dan akademisi terhadap peningkatan daya tarik wisatawan terhadap kreatifitasnya sehingga akan meningkatkan omset penjualan produknya.
7. Membuat laporan hasil kegiatan pengabdian
8. Struktur pelaksana kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini tersusun oleh tim pelaksana yang terdiri dari 3 (tiga) orang.

Hasil dan Pembahasan

Pertumbuhan yang cukup signifikan dari sektor kreatif menjadi pendorong agar diintegrasikan ke sistem perekonomian nasional Indonesia. Peluang dan potensi yang dimiliki Indonesia harus memanfaatkan tumbuhnya industri menjadi sumber kekuatan baru ekonomi Indonesia (Setyani, 2018). Industri kreatif kerajinan monte yang ada di Blimbingsari, banyuwangi merupakan salah satu dari

sekian banyak industri kreatif yang ada di Indonesia yang menjadi kontribusi terhadap kekuatan ekonomi.

Dalam kegiatan ini pengabdian adalah akademisi dari perguruan tinggi agama islam, sehingga dalam kegiatan pengabdian ini tidak lupa disampaikan nilai-nilai spiritual sebagai penguat dalam membangun semangat kinerja dan ibadah. Seorang *entrepreneur* dalam melakukan bisnis mempertimbangkan nilai-nilai dan etika juga agama serta memiliki spiritual dalam berkeyakinan kepada Allah SWT untuk mengelola dan mengembangkan bisnis yang tetap memiliki hubungan erat dengan akhirat serta mengutamakan rambu-rambu agama dan faham akan etika yang diajarkan dalam agama Islam (Alma, 2013).

Digital *marketing* juga menjadi materi inti praktek dalam menerapkan pemasaran melalui *market place* untuk mengembangkan pemasaran yang lebih luas. *Digital marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu *blog, website, e-mail, adwords, market place* dan berbagai macam jaringan media sosial (https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/#Pengertian_Digital_Marketing_Menurut_Para_Ahli diakses pada 18 November 2022).

Sementara pelaku industri kreatif kerajinan monte masih terbatas pada penggunaan media sosial Whatsapp, facebook, dengan adanya pelatihan *Digital marketing*, pelaku industri semakin memahami dan mempraktekan pemasaran melalui *market place*, seperti buka lapak, shopee, dan lain-lain

Akademisi, industri atau bisnis dan pemerintah merupakan interaksi ketiganya sudah dikembangkan pada tahun 1995 oleh Eitzkowitz dan Leydesdorff. Strategi yang digunakan pemerintah adalah pengembangan inovasi, dan kebijakan yang disebut *triple helix*. Hal yang penting dalam pengabdian ini adalah peran akademisi, peran industri dan peran pemerintah untuk menciptakan suatu kondisi yang optimal untuk berinovasi (Eitzkowitz, 2000).

Program pengabdian masyarakat ini dengan judul “Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Lokal Sektor Kerajinan Monte dengan *Triple Helix* di Blimbingsari, Banyuwangi” telah berjalan dengan baik. Kegiatan workshop pengembangan industri kreatif diikuti oleh 20 (dua puluh) pengrajin monte dan 3 (tiga) pengepul yang terdiri dari 1 (satu) pengepul induk dan 2 (dua) pengepul kecil di Kecamatan Blimbingsari, juga menghadirkan 4 (empat) pejabat terkait yang terdiri dari 2 (dua) perwakilan dari pemerintah Desa Blimbingsari Banyuwangi, 1 (satu) perwakilan dari pemerintah kecamatan, 1 (satu) perwakilan dari Disperindag (Dinas perindustrian dan perdagangan) serta 1 (satu) ahli IT (informasi dan Teknologi).

Kegiatan workshop pengembangan industri kreatif ini berlangsung Mei sampai dengan Juli 2022. Disajikan dengan penyampaian materi yang terdiri dari:

1. Materi *spiritual entrepreneurship*
2. Materi pengembangan industri kreatif
3. Materi strategi pemasaran dan digital marketing
4. Materi model *triple helix*.

Pemateri terdiri dari 2 (dua) Dosen yang dijadikan narasumber dan 1 (satu) mahasiswa sebagai anggota yang membantu, ketiganya merupakan anggota tim dalam pengabdian serta dengan 1 (satu) ahli IT (*Information Technology*) yang membantu dalam pendalaman praktek digital marketing.

Tabel 2.

Kegiatan yang telah dilakukan oleh tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat

No	Kegiatan	Pemateri	Output
1	Sosialisasi rencana kegiatan workshop pengembangan industri kreatif	Tim PKM	Sinkronisasi informasi dan jadwal dari pengrajin monte
2	Penjelasan tentang <i>spiritual entrepreneurship</i>	Tim PKM	Semangat kinerja yang disertai dengan semangat ibadah bagi para pengrajin
3	Penjelasan tentang pengembangan industri kreatif	Tim PKM	Penambahan pengetahuan tentang kreasi para pengrajin monte untuk meningkatkan daya tarik wisatawan
4	Penjelasan tentang strategi pemasaran dan <i>digital marketing</i>	Tim PKM	Pemahaman pengrajin monte tentang strategi pemasaran yang lebih luas
5	Penjelasan tentang pengembangan industri kreatif dengan model <i>triple helix</i>	Tim PKM	Pemahaman pengrajin monte tentang sinergi dari tiga elemen (pemerintah, pelaku industri dan akademisi)
6	Praktek secara langsung inovasi baru kreasi monte yang belum pernah di buat	Tim PKM	Penambahasan variasi baru model kerajinan monte
7	Pembuatan Laporan Akhir	Tim PKM	Laporan Akhir
8	Pembuatan Artikel pengembangan industri kreatif berbasis lokal sektor kerajinan monte dengan model <i>triple helix</i>	Tim PKM	Publikasi Artikel di Jurnal Nasional

Sumber: Data diolah, 2022

Dalam kegiatan pendampingan pengembangan industri kreatif dengan model triple helix, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melakukan beberapa kegiatan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman secara teori tentang pentingnya spiritualitas dalam berusaha sehingga ghiroh berkarya atau berkreasi tidak hanya semata-mata untuk kepuasan capaian di dunia dalam arti hasil keuntungan yang besar, akan tetapi juga kesadaran bahwa kerja atau berusaha merupakan upaya mensyukuri karunia Allah berupa kekuatan, kelengkapan fisik, kecerdasan dan lain-lain, serta sebagai sarana ibadah, dimana mencari nafkah merupakan bagian tanggung jawab yang apabila di laksanakan dengan lillahi ta'ala semua kegiatan duniawi akan bernilai ukhrowi.

Mendorong upaya pengembangan kreatifitas atau inovasi produk sehingga selalu memepunyai daya tarik terhadap konsumen atau wisatawan. Dalam kegiatan usahanya, diharapkan pengrajin monte untuk mencoba kreasi baru atau berinovasi. Hal ini di dasarkan pada kenyataan dimana suatu saat akan muncul

pengrajin-pengrajin yang akan meniru usahanya, sehingga jika semakin banyak yang dapat menghasilkan produk yang sama secara otomatis hasil produk dari pengrajin yang awal akan berkurang omset penjualannya, oleh karena itu keberanian untuk mencoba dengan kreasi baru dan terus berinovasi akan menjadikan usaha yang terus *survive*, dan yang lebih penting lagi adalah membantu penyediaan lapangan kerja sehingga berkontribusi terhadap program pemerintah tentang pengurangan tingkat pengangguran.

Selanjutnya mengarahkan pada pemasaran yang lebih luas dan mengikuti perkembangan zaman, dengan *digital marketing* pengepul semakin leluasa mengembangkan pangsa pasarnya sehingga berdampak pada peningkatan produktifitas karena semakin meningkatnya permintaan pasar, dan secara otomatis akan mendongkrak juga peningkatan omset.

Yang terakhir adalah mempertemukan pihak-pihak terkait yang dapat menunjang kemajuan dan eksistensi pengrajin monte, karena kemajuan sebuah usaha tidak mungkin hanya dapat berjalan tanpa ada relasi yang berkesinambungan. Dengan model *triple helix* inilah yang digunakan dalam mensinergikan antara pengrajin, pemerintah dan akademisi.

Pemaparan materi berlangsung selama 1 (satu) jam dengan dua materi pada workshop pertama, kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Dalam kegiatan diskusi ada sejumlah pertanyaan yang didiskusikan tentang bagaimana agar para pengrajin monte tetap semangat untuk bekerja dan ibadah adalah bagian dari kewajiban yang tak terpisahkan, kemudian tentang bagaimana selalu berkreasi sehingga tetap menjadi tujuan para wisatawan dan bagaimana koordinasi antar para pengrajin dan juga pengepul agar mereka bisa saling mensupport.

Pada kegiatan pendampingan pengembangan industri kreatif dengan model *triple helix* di tahap pertama di akhiri dengan sebuah kesimpulan bahwa diantara para pengrajin dan dengan pengepulnya terjalin bagaikan saudara yang saling mendukung dan mensupport. Jika ada yang masih kesulitan dalam menyelesaikan model baru, maka akan di bantu oleh pengrajin yang lain yang tergabung dalam satu pengepul.

Setelah workshop *spritual entrepreneurship* dan pengembangan industri kreatif, maka workshop yang kedua adalah tentang strategi pemasaran dan digital marketing. Narasumber menjelaskan tentang strategi pemasaran dan tidak lupa memasukkan materi tentang *digital marketing* sebagai solusi pemasaran pada era *society 5.0* ini, yang mana pada era *society 5.0* ini sinergisitas antara teknologi dengan manusia benar-benar tejalin sehingga menjadikan kenyamanan khususnya dalam hal pemasaran. Pemaparan materi berlangsung 90 menit yang di akhiri dengan diskusi. Hasil dari diskusi ini ternyata pemasaran kerajinan monte terpusat pada pengepul induk. Yang mana nama pengepul induk adalah Bapak H. Taufiq Ismail, S.Ag. dan istrinya Ibu Hj. Nur Fitriyah, S.Ag., S.Pd. yang mendirikan CV BCC (Blimbingsari *Creative Craft*). Di bawah pengepul induk ada beberapa pengepul kecil yang bertugas mengambil hasil kerajinan monte yang di kerjakan oleh pengrajin yang tersebar di desa-desa.

BCC (Blimbingsari *Creative Craft*) merupakan Pusat Oleh-oleh sekaligus Rumah produksi pembuatan beragam kerajinan tangan dari bahan *glassbeads* (Monte) yaitu : Tas, dompet dan aksesoris (diantaranya : gelang, kalung, ikat pinggang, bros dan lain-lain). BCC (Blimbingsari *Creative Craft*) juga menjual dan melayani pembelian retail dan grosir baik skala besar maupun kecil. Pusat oleh-oleh BCC (Blimbingsari *Creative Craft*) yang bertempat di 200 m timur

bandara Banyuwangi menjual berbagai macam kerajinan *glassbeads*, tas dan dompet dari kulit (Kulit ular, biawak juga domba), kayu, *souvenir*, kaos, batik, makanan khas olahan Banyuwangi dan lain-lain (Dokumentasi. Dari pemilik BCC. Kamis 28 Juli 2022).

Pemasaran yang di lakukan oleh BCC (Blimbingsari *Creative Craft*) secara manual dan juga melalui sosial media seperti whatsapp, instagram, facebook. Dengan adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini mereka sangat senang sekali karena mendapatkan penambahan pengetahuan, terutama untuk lebih intens eksis dalam digital marketing sehingga lebih di kenal lagi secara lebih luas, yaitu dengan masuk dalam *marketplace*. Walaupun sebelumnya BCC (Blimbingsari *Creative Craft*) juga sudah punya pelanggan di beberapa daerah.

Dengan kehadiran tim pengabdian mereka para pengrajin dan pengepul sangat antusias, karena tim pengabdian yang merupakan elemen akademisi otomatis akan berkontribusi terhadap pemasaran BCC (Blimbingsari *Creative Craft*) tersebut semakin luas lagi, tentunya melalui tulisan-tulisan ilmiah yang akan di publis baik nasional maupun internasional.

Materi *workshop* selanjutnya yaitu tentang pengembangan industri kreatif kerajinan monte dengan model *triple helix*. Dalam penyampaian materi ini tim pengabdian menghadirkan pemerintah setempat, yaitu perwakilan pemerintah dari kecamatan Blimbingsari, yang mana pihak kecamatan sangat mendukung para pengrajin dan pengepul yang telah berkreasi dan menghasilkan produk yang unik sehingga menjadikan daya tarik wisatawan untuk datang ke kecamatan Blimbingsari, pihak kecamatan juga akan selalu mengkoneksikan ke pemerintah yang lebih tinggi dari kabupaten, wilayah hingga ke pusat yaitu Kementerian Perindustrian dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Perwakilan pemerintah desapun turut mendukung kegiatan tersebut, dan juga di dukung oleh Disperindag Banyuwangi. Dari workshop ini menghasilkan sinergisitas antara ketiga elemen tersebut (pemerintah, pelaku industri dan akademisi), para pengrajin monte dan pengepul sangat memahami tentang pentingnya kerjasama untuk saling mensupport dari ketiga elemen tersebut sehingga eksistensi industri kreatif sektor kerajinan monte tetap terjaga khususnya di BCC (Blimbingsari *Creative Craft*) tersebut.

Simpulan

Setelah melakukan pendampingan Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Lokal Sektor Kerajinan Monte dengan *Triple Helix* di Blimbingsari, Banyuwangi, maka diperoleh kesimpulan:

1. Pelaku industri kreatif kerajinan monte baik pengrajin dan pengepul semakin mempererat jalinan persaudaraan yang saling mendukung dan mensupport. Jika ada yang masih kesulitan dalam menyelesaikan model baru, maka akan di bantu oleh pengrajin yang lain yang tergabung dalam satu pengepul induk BCC (Blimbingsari *Creative Craft*).
2. Pelaku industri kreatif dapat memahami dan menerapkan *spiritual entrepreneurship* sehingga dapat menyeimbangkan orientasi duniawi dan ukhrawi.
3. Pelaku industri kreatif kerajinan monte baik pengrajin dan pengepul dapat mengerti dan memahami strategi pemasaran, baik secara manual maupun melalui *digital marketing*

4. Pelaku industri kreatif kerajinan monte baik pengrajin dan pengepul dapat memahami tentang pentingnya kerjasama untuk saling mensupport dari ketiga elemen tersebut sehingga eksistensi industri kreatif sektor kerajinan monte tetap terjaga.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak terkait yang telah mensupport pelaksanaan kegiatan ini. *Pertama*, terimakasih disampaikan kepada UIN KHAS Jember melalui LP2M yang memfasilitasi kegiatan program pengabdian ini. *Kedua*, Terimakasih disampaikan kepada dinas terkait di Desa Blimbingsari, Kecamatan Blimbingsari, Kabupaten Banyuwangi. *Ketiga*, terimakasih disampaikan kepada Disperindag (Dinas perindustrian dan perdagangan) Kabupaten Banyuwangi. *Keempat*, Terimakasih disampaikan kepada pemilik CV. BCC (Blimbingsari *Creative Craft*), dan terakhir Terimakasih disampaikan kepada para pengrajin monte. Semoga program pengabdian ini memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan industri kreatif berbasis lokal sektor kerajinan monte dan dapat memberikan kemajuan ekonomi masyarakat Desa Blimbingsari, Kecamatan Blimbingsari, Kabupaten Banyuwangi.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. (2013). *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta.
- Etzkowitz, Henry. (2000). *The Dinamic Of Innovation From National System And Triple Helix*.
- https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/#Pengertian_Digital_Marketing_Menurut_Para_Ahli
- Mellita, Dina & Erlansah, Dani. Pemetaan Industri Kreatif dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Urban Di Kota Palembang. *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Economic Globaltation Trend and Risk For Developing Country*, 5.
- Lelly Hana Setyanti, Sri Wahyu, (2018). *Membangun Ekonomi Kreatif kabupaten Jember* Malang: Dream Litera Buana.
- Sadilah, Emiliana. Indusri Kreatif Barbasis Ekonomi Kreatif. *Jantra* Vol. 720

